

## 戦後日本の有力地域卸売企業の展開の経営史的研究

佐々木 聡

2012年度の個人研究実施計画書で予定したように、聞き取り調査では、青森県五所川原市で戦後に急成長した卸企業の経営者への聞き取り調査のほか、都内や千葉県の有力卸企業の経営者、名古屋の卸企業経営者、大阪の卸企業経営者、さらには各地の卸企業がその設立と経営に関与した花王製品の

専門卸企業である花王販社（花王 CMK）の関係者への調査を実施した。史料調査では、都内の諸大学図書館、弘前大学図書館、愛知県図書館、などで関係史料の調査を実施した。このほか、北海道では、2011年に新設された有力卸企業の最新の物流施設を見学し、さまざまな研究上の知見を得ることができた。

業界関係者の聞き取り調査を通じて、文献や史料からは得ることのできないさまざまな重要な実務上の要点やそれらの変化とその背景、さらには経営判断に関する情報を得ることができた。これらは、いずれも研究課題を遂行するうえで重要な視角を提供するものであったといえる。

また、物流センターの見学では、総合卸企業の物流センターが、花王製品の専門卸企業たる花王販社やツルハなどの有力小売チェーンの利用にも供されていることを知った。これは、部分的ながらも、いわば流通諸企業の水平的・垂直的な協業・分業関係であるといえよう。その見学をふまえてその先の近未来について、船橋にある本社で経営者に訪ねたところ、やはりメーカー専門卸との全面的協力の可能性は低いという回答であったのも印象的であった。

史料調査面でも多くの貴重な史的情報を得ることができたが、なかでも花王販社や名古屋の伊藤伊の経営史料は、いわゆる経営史の一次史料と呼ぶべきもので、これらと先の聞き取り調査を基礎に研究史の空白を埋めるべき研究成果のとりまとめに着手した。このうち2012年度内においては、地域有力卸企業の経営者が株主としてあるいは経営者の一部として関わった花王の8つの広域販社が全国販社に統合する過程についての論考「花王広域販社の全国統合と統合直後の経営状況」を明治大学経営学研究所発行『経営論集』第60巻第2・第3号（2013年2月28日発行）に掲載することができた。

同稿では、小売業の規制法の改訂や、ドラッグ・ストアやホームセンターの台頭やそれらを含む大手小売業の広域化、同業の広域統合などの環境変化を背景に、1999年に広域8販社が1つに統合し花王販社となったことを論証している。そこでは、8販社のなかで北海道花王が広域統合が比較的早かったことの経営風土的・地理的な要因、花王販社がマーチャンダイジング力強化やロジスティック機能の強化にも努めたこと、なども明らかにした。そのなかで、地域有力卸企業の経営者との関係の変化に注目すると、所有面では従来と同様に各地の有力卸企業の経営者が依然として株主としての発言力を保持し続けていたこと、経営面では各地の有力卸企業の出身者が経営陣に名を連ねていたものの花王株式会社からのトップ経営者派遣人事により花王株式会社の意向が強く反映される方向に移っていったこと、またかつて地域有力卸企業に依存していた百貨店卸機能も花王販社に吸収され、すべての小売流通を花王販社が一元的に担う体制となったこと、などを明らかにすることができた。

以上のように、2012年度には、所期以上の研究活動を実施し、それにとりまなう研究成果を発表することができたといえよう。2013年度においては、これらをつまえて、伊藤伊などの個別地域有力卸企業の経営史的・企業者史的研究に取り組む予定である。

以 上